

**FUNGSI-FUNGSI PEMASARAN JAGUNG MANIS  
DI DESA RIDAN PERMAI KECAMATAN BANGKINANG  
KABUPATEN KAMPAR**

***MARKETING FUNCTIONS OF SWEET CORN IN RIDAN PERMAI  
VILLAGES ACROSS DISTRICT BANGKINANG KAMPAR***

**Tia Widiya Astuti<sup>1</sup>, Evy Maharani<sup>2</sup>, Yusmini<sup>2</sup>  
Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau  
Jln. HR. Subrantas KM 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28294  
E-mail : Thiyawidiya90@yahoo.com**

**ABSTRACT**

Marketing is a social and managerial process where somebody groups obtain what they need and try through the creation, exchange to meet the needs, desires and demands of a person or group. One mainstay of agricultural commodities are corn, because corn is a staple food in Indonesia, which has a fairly important position after rice. The research objective was to determine marketing functions performed by marketing institutions sweet corn in the village of Ridan Permai. The research method used is survey method with a sample study of 25 people sweet corn farmer, 2 collectors and 9 retailers. Marketing functions carried out by the farmers include the functions of buying, selling, transporting, storage, financing, underwriting risk and market information functions. Retailers perform the function of purchases, sales, transportation, storage, finance, underwriting risk and market information functions. Farmers and traders do not carry out functions and Grading Standards for sweet corn is sold in the market tend not to have a clear standardization and grading, this is because there is no competent body to standardize or grading of the sweet corn sold. Standardization and grading functions usually only applies when the product is sweet corn for sale at a supermarket or mall.

**Keywords:** *Marketing Functions, Channel, Margins*

**PENDAHULUAN**

Kabupaten Kampar merupakan salah satu daerah penghasil jagung dengan produksi mencapai 3.564 ton dengan luas panen yaitu 1.308 hektar. Tingginya produksi jagung di Kabupaten Kampar dikarenakan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, terutama petani jagung, salah satu Kecamatan di Kabupaten Kampar sebagai

penghasil jagung adalah Kecamatan Bangkinang dengan produksi jagung pada tahun 2012 sebesar 265,31 ton (**Dinas Pertanian dan Perternakan Kabupaten Kampar 2012**).

Desa Ridan Permai Kabupaten Kampar merupakan salah satu daerah penghasil jagung manis. Jagung manis merupakan komoditi unggulan di Kabupaten Kampar yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Jagung manis yang dihasilkan petani tidak dapat disimpan dalam waktu

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Pertanian Universitas Riau

yang relatif lama, hal ini dikarenakan jagung manis bersifat mudah rusak dan busuk, sehingga harus di distribusikan ke konsumen. Proses pendistribusian jagung manis kekonsumen dilakukan melalui proses pemasaran.

Produksi tanaman jagung manis di Desa Ridan Permai Kabupaten Kampar dipasarkan ke pasar-pasar tradisional dan beberapa kota lainnya seperti Bangkinang, dan Pekanbaru. Tanaman jagung manis ini banyak diusahakan oleh petani, karena komoditi sangat menguntungkan dan proses budidaya juga tidak terlalu sulit. Kondisi lahan yang ada sangat cocok untuk membudidayakan tanaman jagung manis.

Para petani di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, belum memasarkan hasil komoditinya untuk industri pakan karena masih minimnya pengetahuan mereka tentang cara memasarkan jagung untuk industri pakan dan ketiadaan lembaga atau pihak perusahaan mitra yang membantu mereka dalam memasarkan hasil komoditinya. Kecamatan Bangkinang memiliki saluran pemasaran yang dapat mempengaruhi harga yang didapatkan konsumen akhir. Saluran yang berbeda tentunya memiliki biaya pemasaran yang berbeda pula. Permasalahan yang terjadi dalam pemasaran jagung manis ini berdampak pada keuntungan yang diperoleh petani maupun lembaga pemasaran. Sistem pemasaran yang tepat dalam memasarkan jagung manis hingga sampai ke konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan

oleh lembaga-lembaga pemasaran di Desa Ridan Permai.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2015 hingga Januari 2016. Pemilihan tempat penelitian tersebut dengan pertimbangan bahwa Desa Ridan Permai merupakan daerah sentra produksi jagung manis di Kota Bangkinang.

### **Populasi dan Sampel**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu 25 orang petani dengan berdasarkan luas lahan antara 1 sampai 7 ha dimana luas lahan yang dibawah 1 atau sebesar 0,5 tidak dijadikan sampel, untuk penentuan sampel pedagang pengumpul dan pengecer menggunakan teknik *snowball sampling* yang dilakukan mengikuti saluran pemasaran jagung manis mulai dari produsen sampai konsumen akhir berdasarkan informasi yang diberikan produsen. Dimana semua pedagang pengumpul dan pengecer yang ada di lapangan diambil keseluruhannya untuk dijadikan sampel, sehingga dapat 11 orang pedagang yang terdiri dari 2 orang pedagang pengumpul dan 9 orang pedagang pengecer.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu didalam kuesioner dengan mewawancarai petani, pedagang dan pengamatan langsung

seperti identitas petani, pendapatan petani, situasi pemasaran dan sebagainya. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Informasi Penyuluh (BIP), instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini seperti jumlah penduduk, topografi daerah, tingkat pendidikan dan lain-lainnya.

### **Teknik Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran jagung manis dilakukan dengan analisis berdasarkan data primer yang bersumber dari informan, untuk mengetahui pola saluran pemasaran jagung manis di Desa Ridan Permai dilakukan dengan cara mengikuti aliran produksi jagung dari petani sampai pembeli akhir.

### **1. Menganalisis Fungsi-Fungsi Pemasaran disetiap Saluran Pemasaran Jagung Manis di Desa Ridan Permai**

Menurut (Firdaus, 2009) fungsi pemasaran dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) Fungsi Pertukaran :
  - Pembelian
  - Penjualan
- b) Fungsi pengadaan secara fisik :
  - Pengemasan
  - Pengangkutan
  - Penyimpanan atau pergudangan
- c) Fungsi Fasilitas atau fungsi penyediaan sarana :
  - Pembiayaan
  - Standarisasi dan Grading
  - Penanggungan resiko
  - Informasi pasar

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Saluran Pemasaran Jagung**

Saluran pemasaran jagung manis merupakan alur lintas pemasaran jagung manis dari petani sebagai produsen kepedagang sebagai konsumen. Aliran perjalanan jagung manis terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran.

Proses pemasaran yang dilakukan petani jagung manis pada umumnya melibatkan pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, oleh karena itu harga yang diterima petani tidak sama dengan harga yang dipasar karena adanya pembagian keuntungan pada masing-masing lembaga pemasaran. Pengangkutan buah jagung manis di Desa Ridan Permai pada tingkat pedagang Pengumpul menggunakan mobil *pick up* sedangkan pedagang pengecer yang langsung ke petani menggunakan sepeda motor.

Saluran pemasaran jagung manis yang terjadi di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar berdasarkan data yang diperoleh di lapangan diketahui ada tiga saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I dimana pada saluran ini petani melalui satu pedagang perantara yaitu pedagang pengecer dan saluran II melalui dua

pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer di Bangkinang dan saluran III juga melalui dua pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer di Pekanbaru.

Volume penjualan pedagang pada pemasaran jagung di Desa Ridan Permai secara rinci di tampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Rata-Rata Volume Penjualan Petani ke Pedagang Pada Pemasaran Jagung Manis Per Minggu

No	Sal	Jlh Petani	Persentase (%)	Volume (kg)	Persentase (%)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Persentase (%)
1	I	5	20	451,875	4,11	4.000	5.000	29,41
2	II	12	48	2.943,75	26,80	4.500	5.500	32,35
3	III	8	32	7.586,25	69,07	4.800	6.500	38,23
Jlh		25	100	10.981,875	100	-	-	100

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah penjualan petani jagung manis terbanyak yaitu berada pada saluran III sebanyak 7.586,25 kg dengan jumlah petani 8 orang, hal ini disebabkan karena pengumpul hanya membeli jagung pada petani yang memiliki luas lahan dan hasil produksi yang besar. Pengumpul tidak lagi membeli jagung pada petani yang memiliki lahan relatif kecil, sedangkan volume produksi jagung manis terkecil berada pada saluran I yaitu sebanyak 451,875Kg. Hal ini disebabkan karena penjualan jagung hanya untuk daerah sekitarnya sehingga petani hanya memenuhi permintaan jagung untuk wilayah bangkinang saja.

Harga beli jagung pedagang pengecer saluran I yaitu Rp.4.000 dimana pedagang pengecer menjual ke konsumen Rp. 5.000, sedangkan pada saluran II harga beli jagung pedagang pengecer yaitu Rp.4.500 dengan harga jual ke konsumen Rp. 5.500, sedangkan pada saluran III harga beli jagung pedagang pengecer yaitu Rp. 4.800 dengan harga jual ke konsumen sebesar Rp. 6.500.

#### Analisis Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran dan terjadi dalam proses pemasaran (**Anindita, 2004**). Proses pemasaran komoditi pertanian ada beberapa fungsi-fungsi pemasaran yang harus dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran untuk meningkatkan nilai guna komoditi pertanian.

Fungsi-fungsi pemasaran pertanian dilakukan oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran jagung yaitu petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Adapun fungsi-fungsi pemasaran tersebut meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

## Saluran Pemasaran jagung

Tabel 2 Pelaksanaan Fungsi-Fungsi yang dilakukan Lembaga Pemasaran Jagung Manis

Saluran Lembaga Pemasaran	Fungsi-Fungsi Pemasaran								
	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik			Fungsi Fasilitas			
	Pembelian	Penjualan	Pengemasan	Pengangkutan	Penyimpanan	Pembiayaan	Standarisasi dan Grading	Penanggungan Resiko	Informasi Pasar
Saluran I									
Petani	-			-	-	-	-	-	-
Pengecer			-				-		
Saluran II									
Petani	-			-	-	-	-	-	-
Pengumpul			-				-		
Pengecer			-				-		
Saluran III			-						
Petani	-			-	-	-	-	-	-
Pengumpul			-				-		
Pengecer			-				-		

### Keterangan

( ) = melakukan fungsi pemasaran

( - ) = tidak melakukan fungsi pemasaran

Berdasarkan tabel 2 diatas, maka terlihat bahwa pada saluran I petani hanya melakukan fungsi penjualan. Sedangkan pengecer melakukan semua fungsi pemasaran. Pada saluran II dan saluran III petani hanya melakukan fungsi penjualan saja sedangkan pedagang pengumpul dan pengecer melakukan semua fungsi pemasaran.

Menurut (Firdaus, 2009) fungsi pemasaran dapat dikelompokkan sebagai berikut:

#### A. Fungsi Pertukaran :

##### - Fungsi Pembelian

Fungsi Pembelian Menurut Kotler (2005) adalah segala kegiatan dalam rangka memperoleh produk dengan kualitas dan jumlah yang diinginkan pembeli serta mengusahakan agar produk tersebut siap digunakan pada waktu dan

tempat tertentu dengan harga yang layak.

Kegiatan transaksi jual beli pada umumnya terjadi di rumah petani setelah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer di Desa Ridan Permai melakukan pemesanan sedangkan pada pedagang pengecer Bangkinang dan Pekanbaru transaksi penjualan dilakukan langsung di pasar. Adapun sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer saluran I yaitu dengan sistem pembayaran langsung tunai (*cash*) dengan harga Rp. 4.000/kg dan pedagang pengumpul saluran II dengan harga Rp.4.500/kg dan saluran III dengan harga Rp. 4.800/kg.

Jumlah pembelian yang dilakukan oleh pedagang ke petanidan lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Jumlah Pembelian Jagung Manis yang dilakukan Pedagang ke Petani di Desa Ridan permai

No	Saluran	Petani	Persentase (%)	Volume (kg)	Harga Beli (Rp/kg)	Jumlah (Rp)
1	I	5	20.00	451,875	4.000	1.807.500
2	II	12	48.00	2.943,75	4.500	13.246.875
3	III	8	32.00	7.586,25	4.800	36.414.000
Jumlah		25	100.00	10.981,875		51.468.375

Sumber: Data Olahan 2015

Berdasarkan Tabel 3 dimana jumlah pembelian pada saluran I jumlah petani yaitu sebanyak 5 orang petani atau sekitar 20% dari total petani responden. Petani menjual jagung manis ke pengecer untuk dijual ke konsumen dengan volume pembelian jagung manis sebanyak 451,875/kg dengan harga beli Rp. 4000/kg didapat dengan jumlah Rp. 1.807.500, saluran II jumlah petani yaitu sebanyak 12 orang atau sekitar 48% dari total petni responden. Petani menjual jagung manis ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer untuk dijual ke konsumen dengan volume pembelian jagung manis sebanyak 2.943,75/kg dengan harga beli Rp. 4.500/kg didapat dengan jumlah Rp. 13.246.875 dan untuk saluran III jumlah petani yaitu sebanyak 8 orang atau sebesar 32% dari total petani responden. Petani menjual jagung manis ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer yang ada di Pekanbaru untuk dijual ke konsumen dengan volume pembelian jagung manis sebanyak 7.586,25/kg dengan harga beli Rp. 4.800/kg

didapat dengan jumlah Rp. 13.246.875.

#### - Fungsi Penjualan

Fungsi Penjualan menurut Mulyadi (2008) adalah pengalihan atau pemindahan barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Petani menjual jagung kepedagang setelah melakukan panen dengan cara mengemas jagung didalam karung yang berukuran berat 50kg. Pengemasan jagung tersebut petani mengeluarkan biaya karung dan biaya tenaga kerja untuk mengemas jagung. Adapun harga karung adalah Rp. 4000 yang berukuran 50kg. sedangkan biaya yang dikeluarkan petani untuk mengemas jagung setiap karungnya adalah Rp. 5000/karung/50Kg. Jumlah penjualan yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Jumlah Penjualan Jagung Manis yang dilakukan oleh Pedagang ke Konsumen di Desa Ridan Permai

No	Saluran	Volume (kg)	Petani	Persentase (%)	Harga Jual (Rp/kg)	Jumlah (Rp)
1	I	451,875	5	20.00	5.000	2.259.375
2	II	2.943,75	12	48.00	5.500	16.190.625
3	III	7.586,25	8	32.00	6.500	49.310.625
Jumlah		10.981,875	25	100.00		67.760.625

Sumber : Data Olahan 2015

Berdasarkan Tabel 4 dimana penjualan jagung manis yang dilakukan masing-masing pedagang kekonsumen saluran yang terbanyak berada pada saluran III, dibandingkan dengan saluran I dan II. Petani menjual jagung manis ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer yang ada di Pekanbaru untuk dijual ke konsumen dengan volume penjualan jagung manis sebanyak 7.586,25/kg dengan harga jual Rp. 6.500/kg didapat dengan jumlah Rp. 49.310.625.

#### B. Fungsi fisik :

##### - Fungsi Pengemasan

Jagung manis yang ada di pasar Bangkinang dan Pekanbaru tidak terdapat kemasakan produk yang profesional, hal ini dikarenakan keterbatasan modal dan konsumen cenderung memilih barang sebelum memutuskan untuk dibeli.

Buah jagung manis dikelompokkan berdasarkan atas dasar buah yang baik (buah utuh) dan rusak (adanya busuk atau luka) dilakukan untuk memudahkan dan mempercepat waktu pengemasan buah. Biaya dalam kegiatan pengemasan jagung ini ditanggung oleh petani berupa biaya karung dan tenaga kerja pengemasan jagung. Pedagang pengumpul membeli

jagung dari petani menggunakan karung dan pedagang pengecer melakukan pembelian jagung kepedagang pengumpul juga menggunakan karung sesuai dengan jumlah permintaan.

##### - Fungsi Pengangkutan

Pada saat panen pedagang pengumpul datang ke petani untuk mengambil jagung dimana pedagang pengumpul ini melakukan pengangkutan menggunakan mobil *pick up* mengingat besarnya volume pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul. Setiap kali pengangkutan, petani mengepak jagung manis dengan menggunakan karung beras. Jagung yang di angkut pedagang pengumpul dari petani terlebih dahulu disortasi. Sortasi dilakukan petani untuk memperoleh jagung yang bagus. Pada saat menyortir, terkadang petani menemukan jagung yang tidak bagus, seperti busuk.

##### - Fungsi Penyimpanan atau pergudangan

Fungsi penyimpanan dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer karena biasanya jagung yang mereka pasarkan tidak habis dalam satu hari dan jagung juga hanya bisa bertahan selama 1 minggu sehingga diperlukan fungsi penyimpanan agar buah jagung yang dipasarkan tidak

kena hujan dan cepat busuk sehingga resiko kerugian dapat diperkecil.

Penyimpanan jagung yang dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sangat sederhana yaitu hanya menumpuk jagung disebuah ruangan dan tidak mencampurnya dengan sayuran lainnya untuk mencegah tertularnya bakteri pembusuk dari sayuran lainnya yang dapat membuat jagung tersebut busuk.

#### C. Fungsi Fasilitas atau fungsi penyediaan sarana :

##### - Fungsi Pembiayaan

Fungsi pembiayaan terkait dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul dalam proses pembelian jagung manis dari petani. Biaya-biaya ini meliputi biaya karung, biaya transportasi dan biaya komunikasi. Biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul ini ditanggung sendiri, sedangkan fungsi pembiayaan yang dikeluarkan pedagang pengecer dalam proses pembelian jagung manis dari pedagang pengumpul, meliputi biaya karung, biaya sewa tempat, biaya transportasi dan biaya komunikasi, biaya ini ditanggung sendiri.

##### - Fungsi Standarisasi dan Grading

Jagung manis yang dijual dipasar cenderung belum memiliki standarisasi dan *grading* yang jelas, hal ini dikarenakan tidak ada badan yang berwenang untuk melakukan standarisasi atau grading terhadap jagung manis yang dijual. Fungsi standarisasi dan grading biasanya baru berlaku apabila produk jagung manis dijual di supermarket atau mall

##### - Penanggungan resiko

Fungsi penanggungan resiko sangat penting untuk memperkecil resiko yang terjadi, baik tingkat petani, pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer. Resiko yang dihadapi petani jagung dan pedagang pengumpul adalah harga. Resiko yang dihadapi pedagang pengecer yaitu apabila jagung yang mereka beli tidak habis terjual dalam 1 hari maka para pedagang pengecer harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menitipkan dagangannya kepada pedagang lain yang tinggal di pasar atau kepada pengelola pasar.

##### - Fungsi Informasi pasar

Informasi tentang harga jagung biasanya didapat petani langsung dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Informasi pasar dibutuhkan untuk mengetahui perkembangan permintaan dan penawaran jagung manis yang terkait dengan harga yang akan diperoleh pedagang pengecer dan yang harus dibayarkan kepada pedagang pengumpul.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani di Desa Ridan Permai meliputi petani /produsen: sebagai produsen jagung manis melakukan fungsi pengangkutan dan fungsi penjualan. Pedagang pengumpul melakukan fungsi pemasaran seperti pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan, fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan resiko dan fungsi informasi pasar. Pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan,



fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan resiko dan fungsi informasi pasar.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dirumuskan dapat disarankan sebagai berikut: Peluang pasar untuk jagung perlu mendapat perhatian dan dukungan dari pemerintah dan instansi terkait, mengingat potensi di Kabupaten Kampar dalam mengembangkan usahatani jagung sangat besar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anindita, R. 2004. **Pemasaran Hasil Pertanian**. Papyrus, Surabaya.
- Dinas Pertanian dan Perternakan Kabupaten Kampar 2012. **Produksi Jagung di Kabupaten Kampar**. Kabupaten Kampar.
- Firdaus, Muhammad. 2009. **Manajemen Agribisnis**. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. **Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid I dan 2**. Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia.
- Mulyadi. 2008. **Sistem Akuntansi Edisi keempat**. Jakarta: Penerbit Salemba empat.